



Supply and Services
Canada

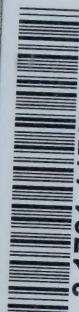
Approvisionnement et Services
Canada

Government of Canada
Publication

CA1

SA

-Z020



3 1761 11709191 8

Communications Services Directorate

Canada

CAI
SA
-2020

Communications
Services
Directorate

Communications
Services
Directorate

Published under the authority of the Minister of the Department
of Supply and Services, Government of Canada.


This booklet was prepared on behalf of the Communications
Services Directorate by the Corporate Relations Branch, Supply
Administration, Supply and Services Canada (SSC).

© Minister of Supply and Services.
September 1984

Cat. No. P35-15/1-1984
ISBN 0-662-53231-7

Contents

Introduction	1
Printing Production	2
First ...	
Typesetting	
Plate Making	
Printing	
Binding	
Security	
Outside Plants	
The Canadian Government Publishing Centre	5
Getting the Word Out	
Publishing	
Co-Publishing	
Success Stories	
The Canadian Government Expositions Centre	8
How It's Done	
The Team	
Signs, Too	
The Advertising Management Services Branch	10
The Process	
Our Role	
Making Life Easy	



Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Toronto

Introduction

In an age that offers a wide array of sophisticated communications media, the Communications Services Directorate of the Supply Administration provides the federal government with services in printing, publishing, advertising management and expositions.

Printing Production

Since the implementation of the government's contracting-out policy in the mid-1970s, printing by government facilities has been generally limited to sensitive or top secret documents, constituency newsletters for Members of Parliament, and government requirements that must be printed in-house because of urgency, cost or the close liaison required. Some documents must be produced with short lead times – often overnight – and it is not practical to invite private sector printers to bid on the job.

Printing Production turns out parliamentary papers such as debates of the House of Commons and Senate, legislation, government policy documents, commission reports and the minutes of 40 parliamentary committees. These are produced at the Main Plant, in Hull, Québec, one of the largest printing establishments in Canada. The plant employs approximately 500 skilled people, one-half of the total of 1,000 individuals who work for Printing Production. A heavy workload keeps this plant in operation 24 hours a day, seven days a week, most of the year.

First ...

When a department needs a printing job, a production officer will work out the specifications and make recommendations on format, type style, paper stock, and colour. A planner then estimates cost, establishes a production schedule, and sets a firm delivery date. Whether the task involves printing 50 invitations to a Governor-General's reception or 50,000 copies of an M.P.'s newsletter to constituents, the plant is equipped to handle every aspect of the job, from typesetting to binding.

Typesetting

The first stage of printing is setting the text in type, a process carried out via terminals connected to a central computer at the Main Plant in Hull. Typesetting can also be done at seven other units in the Ottawa/Hull area located on the premises of client departments having special needs for speed and security.

For departments with word-processing facilities, the Main Plant has a word-processing centre that will accept text on-line (by telephone), or on diskette, and feed it to a central computer to get the desired typeface, format and style. Or, the publication may be prepared, typeset, and returned on a computer diskette to the client.

Plate Making

After typesetting, the copy is proofread, and arranged into page-sized layouts. The page layouts – called camera-ready layout – are photographed, with the negatives being used to produce printing plates. These negatives are made in the camera section of the Main Plant which is equipped with a variety of manual and semi-automatic cameras, including an opti-copy imposer. The opti-copy imposer automatically photographs and positions all the pages in sequence, producing the negatives for printing an entire publication. The camera works with such speed and accuracy that it can copy more than four times as many pages as a manually operated system in a seven-hour shift. This saves time and money in large and repetitive jobs such as the production of the daily debates of the House of Commons and the Senate.

Printing

Printing is done by a lithographic process on seven sheet-fed and two web presses, and on four letter presses. The roll-fed web presses are designed to handle large volumes of black and white printing, with an automatic paper roll changer cutting additional minutes from the production time. In fact, the web presses can print, fold, trim and glue 18,000 copies of the 32-page House of Commons Debates (*Hansard*) in one hour. The sheet-fed presses take a variety of paper sizes and can print between 6,000 and 7,000 signatures (printed sheets containing a number of pages) hourly.

Binding

Binding is the final step in the printing process, and Printing Production has the facility to gather and stitch publications of all sizes. The Main Plant can also produce case-bound handmade books which are individually sewn, finished and embossed (to traditional standards) by skilled tradespeople. A variety of important documents such as the Public Accounts and *Hansard* are thus given permanent form in yearly volumes.

Security

Because sensitive and classified material comprise a large part of Printing Production's workload, strict security regulations are maintained within the government's printing facilities. The most highly classified material, such as the National Defence

publications or the Budget documents, is printed under tight security conditions within the Main Plant.

Outside Plants

There are 50 outside plants in the Ottawa/Hull area. They provide government departments with on-site duplicating, photocopying, binding services as well as printing of material such as news releases, ministerial speeches and data sheets from Statistics Canada. The outside plants also handle a variety of special services ranging from the co-ordination and supplying of printing needs for government conferences held within Canada to the rapid printing and distribution of Public Service Commission competition posters to government offices across Canada, using an electronic transmission system.

All told, the staff of Printing Production fulfills the government's specialized printing requirements, providing a high quality product, when and where required.

The Canadian Government Publishing Centre

Federal government departments, agencies and Crown corporations produce many and varied publications of interest to the Canadian public, often calling upon the professional expertise of the Canadian Government Publishing Centre to do so. With a staff of approximately 130 persons at the National Printing Bureau Building in Hull, the centre offers a complete advisory service that includes editorial advice, market research, promotion, sales and distribution.

Most government publications are free-of-charge. However, about 20 per cent are sold with the revenue used to offset some of the production costs. The job of the marketing experts at the Publishing Centre is to get department publications into the hands of readers at the least cost. Working with the client from the conception stage, the centre helps to define the format and readership, selects a title, advises on marketing and promotion, oversees distribution and sales, and administers the Crown copyright. Through this co-ordinated effort, the Publishing Centre brings out at least 300 new, priced titles a year, making it the largest publisher in Canada.

Getting the Word Out

In addition to providing advice, the centre is the authorized vendor for all government priced publications through a network of 180 bookstore agents in 100 Canadian cities. The public may also order direct from the centre – in fact some 2,500 orders are processed weekly. Available for purchase are subscriptions to 200 government periodicals such as *Hansard*, the daily record of House of Commons debates, parliamentary committee minutes, departmental regulations and magazines such as *Flight Comment*.

The centre's bilingual catalogue, entitled *Publishing News*, informs booksellers, libraries and individuals of new titles and forthcoming publications. As well, the centre prepares a large number of subject lists and direct mail promotional flyers. Published in both official languages, they inform the general public and specific markets on the availability of new publications as well as hundreds of back-listed titles.

Another centre activity is the depository services program through which government publications are provided free-of-charge to municipal public libraries, university libraries, and other designated public institutions in Canada and abroad. There are

52 full depository libraries across Canada which automatically receive all publications; the selective depositories use the centre's Weekly Checklist of new publications as an order form for selected publications. Thus, researchers and the Canadian public can have access to the complete collection of Government of Canada publications anywhere in the country.

Publishing

In two special instances, the Publishing Centre acts directly as publisher rather than advisor. The first is its traditional responsibility for publishing *The Canada Gazette*, which contains Government of Canada statutes and regulations, and notices of a legal nature required by federal statutes, from both the private and government sectors. This task dates from 1886 when the then Department of Public Printing and Stationery published, printed and distributed all official publications.

Co-Publishing

The centre also undertakes co-operative publishing ventures with commercial publishers. When a government department produces a manuscript with potential mass appeal, the centre solicits the interest of private sector publishers in co-publishing the title. The publishers, in turn, assume responsibility for printing, marketing, distribution and warehousing of the finished product. Currently, about 10 per cent of all priced publications are co-published.

The Publishing Centre may also sell to publishers the right to produce commercial editions of popular government reports, for which the Department of Supply and Services collects a portion of the royalties on behalf of the Government of Canada. In each of these commercial arrangements, the centre acts as a broker between the author department and the publisher. Such an arrangement reduces overall government publishing costs while helping publications reach a broad Canadian readership. It is yet another way of collaborating with the publishing industry, and an avenue for decentralizing government publishing activity.

Success Stories

Over the years, a number of commercially published government publications have become best sellers. Among them are the *5BX Plan for Physical Fitness* (and the *XBX Plan* for women), of which more than 10 million copies in 12 languages have been sold

around the world, and *Canada – Year of the Land*, produced by the National Film Board for Canada's Centennial, reprinted in 1975, and still earning royalties from sales across North America.

Other recent publications with popular appeal include *Divorce: Law and the Family in Canada*, *Canadian Woods*, *After the War*, and *Generations: A History of Canada's Peoples*. The latter is a series of original studies on Canada's ethnic groups commissioned from recognized experts. It is co-published by the Publishing Centre and McLelland and Stewart Limited in association with the Multiculturalism Directorate of the Department of the Secretary of State.

The Publishing Centre's facilities also include an efficient reference service that answers 45,000 queries a year on government publications and related federal government programs and services.

In its tradition of setting and maintaining a high standard for government publications, the centre continues to serve the interests of departments, the private sector publishers and the Canadian public.

The Canadian Government Expositions Centre

Trade show exhibits, government information displays, posters, building signs, T-shirts, buttons – these constitute the general stock-in-trade for the Canadian Government Expositions Centre. The centre develops, designs, builds, and installs all kinds of government exhibits. They can range in size and complexity from the entire Canadian pavillion for Knoxville's Energy Expo '82 to the Discovery Train which the National Museums sent travelling across Canada. The centre is also responsible for acquiring the identifying signs for federal government property and projects throughout Canada. All told, the Expositions Centre co-ordinates 3,000 projects a year worth \$20 million.

As a full service exhibit house, the only one of its kind in Canada, the centre will oversee a project from the concept stage through design, manufacture, assembly and staffing on location. As is typical to the Supply Administration, the bulk of the work – in this case about 70 per cent – is contracted out to the private sector.

How It's Done

In the development of an exhibit, a project manager meets with the client department to help define the requirement. Their discussions result in a letter from the centre detailing what is needed, describing the form which the finished project will take, and stating the cost and delivery date. Agreement from the department is accepted as a commitment to start work.

The Team

In Ottawa, the Expositions Centre staff of designers, graphic artists, draftspeople, researchers, writers and display fabricators back-up the administrative expertise of the project manager whose role is similar to that of an account executive. He or she consults with the creative staff to determine how to fill the department's requirements, and establishes a firm price for the project, from fabrication through to installation.

In each case, the objective is to produce the best possible product at the lowest possible cost. If it is more economical, the centre will solicit bids from suppliers closest to the department, or the end location for the requirement. Exceptions may be made, however, for out-of-Canada exhibits, with competitive bidding restricted to Canadian firms, as Canadian goods and services are used whenever possible. To cover all eventualities, the centre

maintains source lists of qualified suppliers in all aspects of display design, manufacture, shipping and installation in Canada and abroad. The Expositions Centre also evaluates its suppliers according to their performances on given jobs – all in the continuing effort to maintain client satisfaction while producing top quality end-products, be they complete exhibits or shipping cases to protect the materials while in transit.

If it is more cost-efficient to build an exhibit in-house, the centre's versatile designers and craftspeople will transform almost any material imaginable into an innovative, eye-catching display. Using wood, metal, plastic, paper or fabric, with skill and experience, they can bring a subject to life and produce a lively showcase for things Canadian.

Signs, Too

Some 15 per cent to 20 per cent of the centre's business consists of producing signage for federal government property or projects. The signs can run the gamut from billboards for federally assisted housing projects, to markers in national parks. Again, the centre must ensure that suppliers comply with acceptable standards; poor quality can mean rusty signposts, peeling texts, and embarrassment for the government department.

Because of its major role in co-ordinating expositions across Canada and around the world – including 100 foreign trade shows a year for the Department of External Affairs alone – the centre is developing a modular system adaptable to a variety of displays. To be made of aluminum frames, poles and panels, it will be easily assembled and taken apart, and will pack compactly for travel.

The Expositions Centre has a reputation for versatility, imagination and excellence in Canada and abroad, attested to by many awards from international professional associations. Whether its message is commercial or cultural, the government department can expect to save time and money by calling on the centre's professional experience.

The Advertising Management Services Branch

The Advertising Management Services Branch was established in 1981 to administer all advertising contracts for the federal government. Working within the guidelines set by Treasury Board to govern advertising, the branch advises its client departments on advertising procurement; negotiates the contracts; co-ordinates all the activities involved in the contracting process; and generates invoices and pays agencies and the media for their services.

The federal government is the largest advertiser in the country. It uses newspapers, magazines, billboards, posters, direct mail and radio and television to promote the purchase of Canada Savings Bonds; to hand-out tips on how to conserve energy in the home; to recruit for the Armed Forces and the RCMP; to urge employers to hire students; and to boost tourism in Canada.

The Process

To ensure that federal advertising is well co-ordinated and that public money is wisely spent, the procedure for launching major advertising campaigns begins with approval from the chairman of the Cabinet Committee on Communications. This committee of cabinet ministers reviews departmental submissions on advertising and seeks advice from advertising professionals. The Advertising Management Group consists of up to three regionally represented full-time experts and one member of the Public Service of Canada. Its job is to make recommendations on the use of particular advertising agencies for each campaign, to evaluate campaigns, and to advise client departments on the theme of their campaigns, timing, media strategy and evaluation. Consequently, before a government department can set its advertising program in action, it must first contact the Advertising Management Group to get the approval of the chairman of the cabinet committee to work with a particular agency or agencies, and get a final go-ahead for the creative content of its program.

Our Role

The work of the Advertising Management Services Branch (AMSB) begins after a department has secured advertising program money in its budget, as well as written concurrence from the chairman of the cabinet committee. The client department

then issues a requisition to AMSB so that agency contracts can be drawn up on its behalf.

In fact, the requisition usually results in two contracts; one with the advertising agency selected by the cabinet committee to plan, design, and create the ads, and a second with the government's Agency of Record (a privately owned company on contract to the Department of Supply and Services) to purchase media space and time for placement of the ads.

The Agency of Record concept was adopted by the government in 1979. It is similar to a private sector practice of having one agency buy space and time for all the product divisions of a large company. Centralized purchasing allows all departments to benefit from the total purchasing power of the government. Negotiated rates, bulk buying discounts, special package deals, more favourable spots – all result in getting more value for the government's advertising dollar.

Making Life Easy

The Advertising Management Services Branch's main area of expertise is in the management of contracts – contracts that encourage a harmonious relationship between client, agency and media supplier, in terms that are fair to all concerned. The contracts must state clearly defined objectives, obligations of the parties, estimated costs and deadlines. Although creative decisions are the prerogative of the client department at all times, there are built-in checks and safeguards for both agency and the client department. Because the Advertising Management Services Branch is thoroughly familiar with the advertising business, it can advise departments on the effective definition of requirements within a contract.

During the life of the contract, the branch is also responsible for verifying invoices, checking tearsheets and affidavits, and finally paying the agencies and media suppliers for work performed to the client department's satisfaction, according to contract and estimates. The branch pays suppliers promptly, to take advantage of discounts for early payment. These discounts can amount to savings of hundreds of thousands of dollars a year for departments. An additional advantage of this centralized administrative role is that it allows the branch to computerize pertinent information on advertising campaigns, making available to departments and the cabinet committee a status report on funds spent. The branch pays the accounts from a revolving fund

and bills clients monthly, and includes a fee for the Department of Supply and Services contracting and administrative work.

Working with 25 government departments and 50 advertising agencies a year, the Advertising Management Services Branch handles a complex financial and legal aspect of advertising procurement. With expertise in contracting, payment auditing, and management information systems, the branch helps to ensure that government advertising is cost-effective and that departments and the public are well served.

Printing, publishing, expositions and advertising – the Communications Services Directorate provides government with the tools and professional guidance to inform Canadians.

For more information:

Director General
Communications Services Directorate
Canadian Government Publishing Centre
45 Sacré-Coeur Blvd.
Hull, Québec
K1A 0S9
(819) 997-5321

La Direction est responsable de vérifier les factures, de contrôler les justificatifs de parution et les attestations pendant toute la durée du contrat et de payer les agences et les supports publicitaires une fois que le travail a été effectué à la satisfaction du ministère et conformément aux clauses contractuelles et aux budgets prévus. La Direction paie rapidement ses fournisseurs afin de profiter des rabais accordés sur les paiements rapides. Pour les ministères, ces rabais peuvent représenter une économie de plusieurs centaines de milliers de dollars par année. La centralisation des fonctions administratives offre cet autre avantage de permettre à la division de charger sur ordinateur tous les renseignements relatifs aux campagnes publicitaires : les ministères et le Comité du Cabinet peuvent obtenir à chaque étape un relevé des sommes dépensées. La division règle ses comptes à même un fond renouvelable et elle facture les clients mensuellement pour les services contractés ainsi que pour les honoraires administratifs du ministère des Approvisionnement et Services.

En outre, la Direction des services de gestion de la publicité, qui traite chaque année avec 25 ministères et 50 agences de publicité, s'occupe des aspects financiers et juridiques complexes inhérents à l'octroi des marchés de publicité. Grâce à la connaissance que son personnel possède de la gestion des contrats, des procédures de vérification des paiements et de la gestion des systèmes d'information, la Direction est l'un des éléments qui permet au gouvernement de s'assurer que sa publicité est rentable et que ses ministères sont bien desservis. Qu'il s'agisse d'impression, de publication, d'expositions ou de publicité, la Direction générale des services de publicité fournit au gouvernement les outils et les conseils dont il a besoin pour informer les Canadiens.

Pour de plus amples renseignements, veuillez vous adresser au :

Directeur général
 Direction générale des services des communications
 Centre d'édition du gouvernement du Canada
 45, boulevard du Sacré-Coeur
 Hull (Québec)
 K1A 0S9
 (819) 997-5321

La Direction des services de gestion de la publicité (DSGP) est appelée à intervenir dès que le ministère intéressé a reçu les crédits nécessaires pour son programme de publicité et obtenu l'autorisation écrite du président du Comité du Cabinet. Le ministère adresse alors une demande à la DSGP qui, au nom du ministère, passe les contrats nécessaires avec la ou les agences de publicité choisies.

En fait, la demande se traduit généralement par l'émission de deux contrats : le premier qui porte sur la planification, la conception et la création des annonces et le second qui est passé avec l'agence de distribution – une entreprise privée travaillant à contrat pour le ministère Approvisionnements et Services – pour acheter le temps et l'espace de publicité nécessaires dans les différents médias.

Le principe qui consiste à confier l'achat de temps et d'espace publicitaire à une agence de distribution, principe qui a été adopté par le gouvernement fédéral en 1979, s'inspire d'une pratique courante dans le secteur privé, notamment dans les grandes entreprises où cette fonction est centralisée auprès d'une seule agence de publicité. La centralisation permet donc à tous les ministères de profiter de l'immense pouvoir d'achat du gouvernement. Il en résulte des tarifs négociés, des tarifs dégressifs en fonction du volume, des contrats globaux et des créneaux publicitaires plus favorables, autant d'avantages qui permettent au gouvernement d'obtenir un maximum pour l'argent qu'il dépense.

Rendre la vie plus facile aux clients

La Direction des services de gestion de la publicité est principalement chargée de la gestion des marchés, lesquels doivent favoriser des liens harmonieux entre le client, l'agence et le média choisi grâce à des dispositions justes et équitables pour tous les intéressés. Les contrats doivent énoncer clairement les objectifs, les obligations des deux parties, le budget prévu et les délais. Bien que les décisions sur le plan de la création demeurent la prérogative du ministère client, il incombe à la DSGP de prévoir certaines dispositions contractuelles visant à protéger et l'agence de publicité et le ministère client. Comme la Direction des services de gestion de la publicité connaît parfaitement tous les aspects de la publicité, elle peut conseiller les ministères sur le sens véritable des clauses d'un contrat.

La Direction des services de gestion de la publicité

Mise sur pied en 1981, la Direction des services de gestion de la publicité est responsable de la gestion de tous les marchés de publicité passés par le gouvernement fédéral. La Division conseille les ministères clients en matière de publicité, négocie les contrats, coordonne toutes les activités reliées à l'octroi des contrats, s'occupe de la facturation et se charge de payer les agences et les médias de publicité, conformément aux directives du Conseil du Trésor qui régissent la publicité.

Le gouvernement fédéral est le plus gros annonceur au pays. Par le biais de médias tels les journaux, les périodiques, les panneaux et enseignes, la radio, la télévision et la poste, le gouvernement mène des campagnes publicitaires pour stimuler l'achat des bons d'épargne du Canada, pour encourager la conservation de l'énergie au foyer, pour promouvoir le recrutement dans les Forces armées canadiennes et dans la Gendarmerie royale canadienne, pour inciter les employeurs à embaucher des étudiants et pour stimuler le tourisme au Canada.

La procédure

Avant son lancement, toute campagne de publicité importante doit être approuvée par le président du Comité du Cabinet chargé des communications. Cette mesure vise à garantir que la publicité du gouvernement fédéral est bien coordonnée et que les fonds publics sont judicieusement dépensés. Ce comité de ministères revoit les projets de publicité présentés par les ministères et demande conseil auprès de professionnels de la publicité.

Le groupe de gestion de la publicité compte un membre de la Commission de la fonction publique du Canada et jusqu'à trois spécialistes régionaux qui sont à plein temps. Ce groupe a pour tâche de recommander le nom des agences de publicité à retenir dans le cadre de chaque campagne, d'évaluer l'efficacité des campagnes et de conseiller les ministères sur le thème de leur campagne, la programmation, la stratégie à adopter et l'évaluation. Par conséquent, avant de pouvoir mettre en œuvre son programme de publicité, tout ministère doit d'abord communiquer avec le Groupe de gestion de la publicité afin d'obtenir l'autorisation – donnée par le président du Comité du Cabinet – de travailler avec telle ou telle agence de publicité et également de faire approuver le contenu de son programme.

Le Centre est appelé à coordonner des expositions qui ont lieu partout au Canada et dans le monde, ce qui comprend la centaine d'expositions présentées à l'étranger chaque année par le ministère des Affaires extérieures. C'est d'ailleurs pour cette raison que le Centre est en train d'élaborer un système modulaire pouvant servir à tout un ensemble de présentations différentes. Ce système reposera sur l'emploi de cadres, de montants et de panneaux en aluminium qui, outre qu'ils seront faciles à monter et à démonter, offriront l'avantage d'occuper un minimum d'espace pour les déplacements.

Grâce à sa souplesse d'intervention, à la créativité dont fait preuve son personnel et à la très grande qualité des services qu'il rend, le Centre des expositions jouit d'une excellente réputation au Canada et à l'étranger, ce dont témoignent les nombreux prix que lui ont décernés des associations professionnelles du monde entier. Qu'il soit question pour eux de transmettre un message commercial ou culturel, les ministères fédéraux peuvent compter sur la compétence professionnelle du personnel du Centre, une compétence qui leur permettra de réaliser des économies de temps et d'argent.

répondre aux besoins du ministère client et établit un prix ferme pour réaliser le projet.

Dans tous les cas, l'objectif sous-adjacent est d'en arriver à la plus haute qualité au plus bas prix possible. D'ailleurs, si l'on juge plus économique d'avoir recours au secteur privé, le Centre lance un appel d'offre auprès des fournisseurs établis à proximité, autant que possible, du ministère client ou du lieu où se tiendra l'exposition. Il y a toutefois des exceptions dans le cas des expositions qui se déroulent à l'étranger, où l'adjudication des marchés est limitée aux sociétés canadiennes, conformément à la politique du gouvernement fédéral. Pour parer à toute éventualité, le Centre tient à jour une liste de fournisseurs qualifiés, que ce soit dans l'organisation d'expositions, la fabrication, l'expédition ou l'installation du matériel, au Canada et à l'étranger. Toujours soucieux de satisfaire ses clients et d'offrir des produits de très grande qualité, le Centre des expositions évalue tous ses fournisseurs selon la qualité du travail exécuté, qu'il s'agisse de la fabrication d'un kiosque d'exposition complet ou simplement des coffres protecteurs pour le transport du matériel.

Lorsqu'il est plus rentable de réaliser une pièce d'exposition au Centre même, les concepteurs et artisans du Centre des expositions, réputés pour leur polyvalence, sont capables de transformer les matériaux les plus rudimentaires en éléments d'exposition originaux et esthétiques. Grâce à leur talent et à leur expérience, ils peuvent façonner le bois, le métal, le plastique, le papier et la toile pour insuffler la vie à l'objet le plus prosaïque ou montrer tel ou tel produit canadien sous son meilleur jour.

Jusqu'aux panneaux ...

La fabrication de panneaux et enseignes destinés à identifier les propriétés et les projets du gouvernement fédéral constitue quelque 15 à 20 pour cent de la charge de travail du Centre des expositions. Ces enseignes vont des panneaux annonçant la réalisation de projets de construction d'habitation subventionnés par le gouvernement fédéral aux affiches orientant les visiteurs des parcs nationaux. Là aussi, le Centre doit s'assurer que le travail de ses fournisseurs répond à certaines normes. Si le travail était mal fait, on risquerait, plus tard, de se retrouver avec des poteaux d'enseignes rouillés ou des textes illisibles à cause d'une peinture qui s'écaille. Ce serait là une situation plutôt gênante pour le ministère client.

Le Centre des expositions du gouvernement canadien

Les pièces d'exposition et de foires, les kiosques d'information du gouvernement, les affiches et les panneaux publicitaires, les tee-shirts, les macarons sont autant de travaux qui sont monnaie courante au Centre des expositions du gouvernement canadien. Celui-ci conçoit, élabore, construit et installe toutes sortes d'éléments servant aux expositions du gouvernement. L'importance des commandes varie tant sur le plan de la complexité que de l'envergure, allant du Pavillon canadien sur l'énergie (Expo 82 de Knoxville) au Train de la découverte qui a permis aux Musées nationaux d'entreprendre une tournée dans tout le Canada. Le Centre est aussi responsable de l'acquisition des panneaux identifiant les propriétés et les projets du gouvernement fédéral par tout le pays. Au total, le Centre des expositions coordonne quelque 3 000 projets par année et administre un budget de 20 millions de dollars.

À titre de fournisseur d'un service complet d'exposition, le seul en son genre au Canada, le Centre est un véritable maître d'œuvre qui s'intéresse à tous les aspects d'un projet, depuis la conception et l'élaboration, jusqu'à la fabrication, l'assemblage et la dotation en personnel sur place. Selon l'usage de l'administration des Approvisionnement, la plus importante partie des travaux – environ 70 pour cent dans ce cas – est confiée en sous-traitance au secteur privé.

La démarche

Dès qu'un ministère fait appel aux services du Centre, un chargé de projet lui est alors affecté pour aider à définir clairement ses besoins. À l'issue de ce genre de discussions, le Centre présente un cahier des charges décrivant les éléments d'exposition requis et arrêtant les coûts et la date de livraison. L'accord du ministère intéressé signale normalement le début des travaux.

L'équipe

Le Centre des expositions compte à Ottawa une équipe d'environ 100 dessinateurs, artistes, graphistes, chercheurs, rédacteurs et réalisateurs de pièces d'exposition qui viennent tous à l'appui des compétences administratives du chargé de projet. Ce dernier, en collaboration avec le personnel de création, détermine la façon de

gouvernement et permet de rejoindre une tranche importante du public canadien. Pour le gouvernement, c'est là une façon de collaborer avec l'industrie de l'édition tout en décentralisant ses activités dans ce domaine.

Succès de librairie

Au fil des années, bon nombre des publications du gouvernement diffusées commercialement sont devenues des best-sellers. Mentionnons entre autres des titres comme *Programme 5BX pour être en forme* et *Programme XBX* qui se sont vendus à plus de 10 millions d'exemplaires dans le monde entier et qui ont été traduits en douze langues, ainsi que *Canada – Temps qui passe*, produit par l'Office national du film à l'occasion du Centenaire du Canada, réimprimé en 1975, dont les ventes en Amérique du Nord rapportent toujours des redevances au gouvernement. D'autres publications récentes ont remporté un vif succès : *Divorce : La loi et la famille au Canada, Bois du Canada, Après la guerre et Les rameaux de la famille canadienne*. Ce dernier ouvrage est un recueil d'études sur les groupes ethniques au Canada, rédigés par des experts reconnus. Il a été publié en coparticipation par le Centre d'édition et la maison d'édition Le Cercle du Livre de France en association avec le Programme de multiculturelisme du Secrétariat d'Etat. Le Centre d'édition comprend également un service d'information très bien rodé qui, chaque année, répond à quelque 45 000 questions portant sur les publications du gouvernement et les programmes et services connexes qu'il offre. Fidèle à son héritage et soucieux d'établir et de conserver un haut niveau de qualité dans les publications du gouvernement, le Centre d'édition du Gouvernement du Canada continue à servir les intérêts des ministères, des maisons d'édition privées et du public canadien.

signaler au public et à la clientèle intéressée les dernières parutions et leur rappeler les centaines d'autres titres en librairie. Une autre activité du Centre est celle du programme de dépôt par le biais duquel les publications du gouvernement sont offertes gratuitement aux bibliothèques publiques, municipales et universitaires et à d'autres institutions publiques désignées par le Centre au Canada et à l'étranger. Il y a 52 bibliothèques-dépôts au Canada qui reçoivent automatiquement toutes les publications ; d'autres dépositaires commandent les documents qu'ils intéressent à l'aide de la liste hebdomadaire des nouvelles publications émise par le Centre. De cette façon, les chercheurs et le public canadien où qu'ils se trouvent au Canada ont accès à la collection entière des publications du gouvernement.

Edition

Il n'y a que deux cas dans lesquels le Centre d'édition quitte son rôle de conseiller pour jouer celui d'*éditeur*. Tout d'abord, pour la *Gazette du Canada*, qui contient les statuts et règlements du Gouvernement du Canada ainsi que des avis de nature juridique exigés par les statuts fédéraux et émanant des secteurs privé et public. Le Centre d'édition se charge de cette publication depuis 1886, époque où on l'appelait Ministère de l'impression et de la papeterie publiques. Il assurerait alors l'édition, l'impression et la diffusion de tous les textes officiels.

Publication en coparticipation

Le Centre entreprend aussi des projets de publication en coparticipation avec des maisons d'édition privées. Lorsqu'un ministère du gouvernement produit un texte susceptible d'intéresser le public, le Centre cherche à s'associer avec une maison d'édition privée pour publier l'ouvrage en question. Ce sont alors les maisons privées qui se chargent de l'impression, du marketing, de la diffusion et de l'entreposage du produit fini. Pour l'heure, 10 pour cent environ de toutes les publications tarifées sont publiées en coparticipation.

Parfois, le Centre d'édition vend aux maisons privées le droit de publier commercialement certains rapports du gouvernement pour lesquels Approvisionnement et Services Canada perçoit des redevances au nom du gouvernement fédéral. Pour chacune de ces entreprises commerciales, le Centre joue le rôle de courtier entre le ministère auteur du document et la maison d'édition. Cette façon de procéder réduit l'ensemble des coûts d'édition du

Le Centre d'édition du gouvernement du Canada

Les ministères et les agences du gouvernement fédéral ainsi que les sociétés de la Couronne diffusent une grande quantité de publications qui s'adressent au public canadien. Pour ce faire, ils font souvent appel aux services professionnels du Centre d'édition du gouvernement du Canada. Celui-ci compte 130 employés travaillant dans l'édifice de l'imprimerie nationale à Hull qui sont en mesure d'offrir un service complet de consultations englobant l'analyse de marché, la promotion, les ventes et la diffusion.

La majorité des publications du gouvernement sont offertes gratuitement. Toutefois, environ 20 pour cent d'entre elles sont vendues et c'est le produit de ces ventes qui permet de couvrir certains frais de production. Les professionnels du marketing du Centre d'édition ont pour tâche de rejoindre le plus grand nombre de lecteurs à moindre frais. Le Centre travaille en collaboration avec le client dès l'étape de la conception : il l'aide à arrêter la présentation du document, à définir le lecteur cible et à choisir un titre. En outre, le Centre conseille le client en matière de marketing et de promotion des ventes, dirige la diffusion et les ventes et administre les droits d'auteur de la Couronne. Le Centre publie au moins 300 nouveaux titres tarifiés par année, ce qui en fait la plus importante maison d'édition au Canada.

Diffuser le mot écrit

Outre le fait qu'il offre des services d'experts-conseils, le Centre d'édition est aussi le vendeur autorisé de toutes les publications tarifées du gouvernement. La vente effectuée principalement par un réseau de 180 librairies réparties dans 100 villes canadiennes, se fait également au niveau du Centre qui traite en fait quelque 2 500 commandes par semaine. Par ailleurs, le public peut s'abonner à plus de 200 périodiques du gouvernement tel le journal des débats de la Chambre des communes, les procès-verbaux des comités parlementaires, les lois et des revues comme *Propos de vol*.

Le catalogue bilingue du Centre, *Nouvelles de l'édition*, informe les bibliothèques, les librairies et les particuliers des titres nouvellement parus et à paraître. De plus, le Centre prépare un grand nombre de listes de documents classés par sujets et diffuse des feuillets publicitaires par la poste. Tous les supports publicitaires sont publiés dans les deux langues officielles pour

peuvent imprimer entre 6 000 et 7 000 signatures (feuilles imprimées contenant un certain nombre de pages) à l'heure.

Reliure

La reliure est la dernière étape de la production d'un document imprimé et le service de la production d'imprimerie dispose de tout le matériel voulu pour assembler et coudre les publications qu'elles que soient leurs dimensions. L'imprimerie principale peut également produire des ouvrages reliés à la main qui sont individuellement cousus et soulevés par des artisans qualifiés selon les méthodes traditionnelles. Ainsi sont reliés sous forme d'annuaires divers documents importants comme les comptes publics et le Hansard.

Sécurité

Étant donné le caractère confidentiel, voire secret d'un grand nombre de documents confiés au service de la production d'imprimerie, les mesures de sécurité en vigueur à l'imprimerie centrale sont rigides. Les documents les plus secrets, ceux par exemple qui émanent de la Défense nationale ou qui ont trait au budget, sont produits selon des règles très strictes.

Ateliers satellites

Outre l'imprimerie centrale, on compte quelque 50 autres petites imprimeries réparties dans toute la région d'Ottawa-Hull. Ces ateliers d'impression permettent aux ministères fédéraux d'assurer sur place la reproduction, la photocopie et la reliure de certains documents ainsi que l'impression de textes comme les communiqués de presse, les discours des ministres et, à Statistiques Canada, les comptes rendus statistiques. Ces ateliers satellites offrent en outre toute une gamme de services particuliers, allant de la coordination et de l'impression de documents dans le cadre des conférences fédérales, jusqu'à l'impression des annonces de concours de la Commission de la fonction publique et leur transmission électronique aux bureaux du gouvernement fédéral par tout le Canada.

En somme, la production d'imprimerie comble les besoins du gouvernement en matière d'impression spécialisée et offre des produits de très grande qualité, quand et là où ils sont nécessaires.

L'impression se fait par procédé lithographique sur sept machines à marquer et de presse à papier continu ainsi que quatre typographies. Grâce à leur alimenteur automatique de papier en rouleau, qui permet d'économiser de précieuses minutes de production, les presses à papier en bobine sont conçues pour imprimer d'importants volumes de textes en noir et blanc. Jugés à vous-mêmes : on y imprime, plie, coupe et colle 18 000 copies à l'heure du journal des débats appelé le Hansard de la Chambre des communes qui comporte 32 pages. Les presses munies de machines à marquer acceptent plusieurs dimensions de papier et

Impression

Après la composition et la lecture d'épreuve, le texte est mis en page. On prend ensuite des clichés du produit obtenu, qu'on appelle des prêts-à-photographier, dont les négatifs serviront à réaliser les plaques d'impression. Les photographies sont prises à la section photo de l'imprimerie principale qui est équipée de toute une gamme d'appareils photographiques manuels et semi-automatiques, dont une photocomposeuse à lecture optique. Ce dernier appareil permet de photographier et de classer automatiquement toutes les pages d'un texte et, par conséquent, d'obtenir les négatifs nécessaires à l'impression d'un document complet. La vitesse et la précision de cette caméra sont telles qu'il est possible de photographier quatre fois plus de pages qu'à l'aide d'un système manuel dans le même temps. L'appareil permet donc de réaliser d'importantes économies de temps et d'argent dans le cas de travaux répétitifs comme la production du journal des débats de la Chambre des communes et du Sénat.

Réalisation des clichés

trouvant à l'imprimerie principale de Hull. Toutefois, la composition peut également être réalisée dans sept autres unités de production installées à même les locaux de certains ministères de la région Ottawa-Hull pour satisfaire leurs exigences de sécurité et de rapidité d'exécution.

Les ministères qui disposent de machines de traitement de texte peuvent communiquer leurs textes à imprimer par ligne téléphonique ou remettre leurs disquettes à l'imprimerie centrale. Là, le texte est chargé sur l'ordinateur, on arrête la présentation et l'on choisit le caractère, autrement appelé fonte. Le texte photocomposé sur support magnétique peut alors être directement imprimé ou retourné au client sur disquette.

Production d'imprimerie

Depuis l'adoption de la politique d'impartition dans le secteur de l'impression au cours des années 1970, les travaux d'impression effectués dans les installations du gouvernement se limitent normalement aux documents confidentiels ou très secrets, aux bulletins de nouvelles ou envois collectifs que les députés distribuent dans leur circonscription et aux textes qui, notamment pour des raisons d'économie, de temps et d'argent, doivent être imprimés par les services internes. En effet, certains documents doivent être prêts dans des délais très courts – souvent moins de 24 heures – et l'on conçoit aisément qu'il serait peu pratique d'inviter le secteur privé à soumissionner pour ce genre de travaux.

Le service de la production d'imprimerie tire les documents parlementaires, comme les comptes rendus des débats de la Chambre des communes et du Sénat, les lois, les documents de politiques gouvernementales, les rapports des commissions et les procès-verbaux de quelque 40 comités parlementaires. Ces documents sont produits à l'imprimerie centrale du gouvernement, située à Hull au Québec. Cette imprimerie, l'une des plus importante au Canada, emploie 500 ouvriers qualifiés, soit la moitié des 1 000 personnes au service de la production d'imprimerie. En raison de l'importante charge de travail, l'imprimerie fonctionne 24 heures sur 24, sept jours sur sept durant la plus grande partie de l'année.

Genèse...

Lorsqu'un ministre veut faire imprimer un texte, un agent de production commence par dresser les spécifications et par formuler certaines recommandations sur la mise en page, le caractère typographique, la qualité du papier et la couleur. Ensuite, un planificateur dresse un devis, établit un calendrier de production et fixe une date de livraison. Qu'il s'agisse d'imprimer 50 invitations du Gouverneur général à une réception ou 50 000 exemplaires du bulletin qu'un député envoie à ses commentateurs, l'imprimerie nationale peut mener à bien toutes les étapes du travail, depuis la composition jusqu'à la reliure.

Composition

La première étape consiste à composer le texte, opération qui s'effectue sur l'un des terminaux de l'ordinateur central se

Introduction

En cette ère où les moyens de communication sont de plus en plus perfectionnés, la Direction générale des services des communications, qui relève de l'administration des Approvisionnement, se voit chargée de fournir au gouvernement fédéral des services utiles en matière d'impression, d'édition, de publicité et d'exposition.

Table des matières

1	Introduction
2	Production d'imprimerie
	Genèse...
	Composition
	Réalisation des clichés
	Impression
	Reliure
	Sécurité
	Ateliers satellites
5	Le Centre d'édition du gouvernement du Canada
	Diffuser le mot écrit
	Edition
	Publication en coparticipation
	Succès de librairie
8	Le Centre des expositions du gouvernement canadien
	La démarche
	L'équipe
	Jusqu'aux panneaux ...
11	La Direction des services de gestion de la publicité
	La procédure
	Notre rôle
	Rendre la vie plus facile aux clients

Publication autorisée par le Ministre
Ministère des Approvisionnement et Services
Gouvernement du Canada

Cette brochure a été préparée par
la Direction générale des communications
et la Direction des relations publiques
Administration des Approvisionnement
Approvisionnement et Services Canada

© Ministre des Approvisionnement et Services
septembre 1984

N° de cat. P35-15/1-1984
ISBN 0-662-53231-7

**Direction générale
des services
des communications**



Direction générale des services des communications



Canada